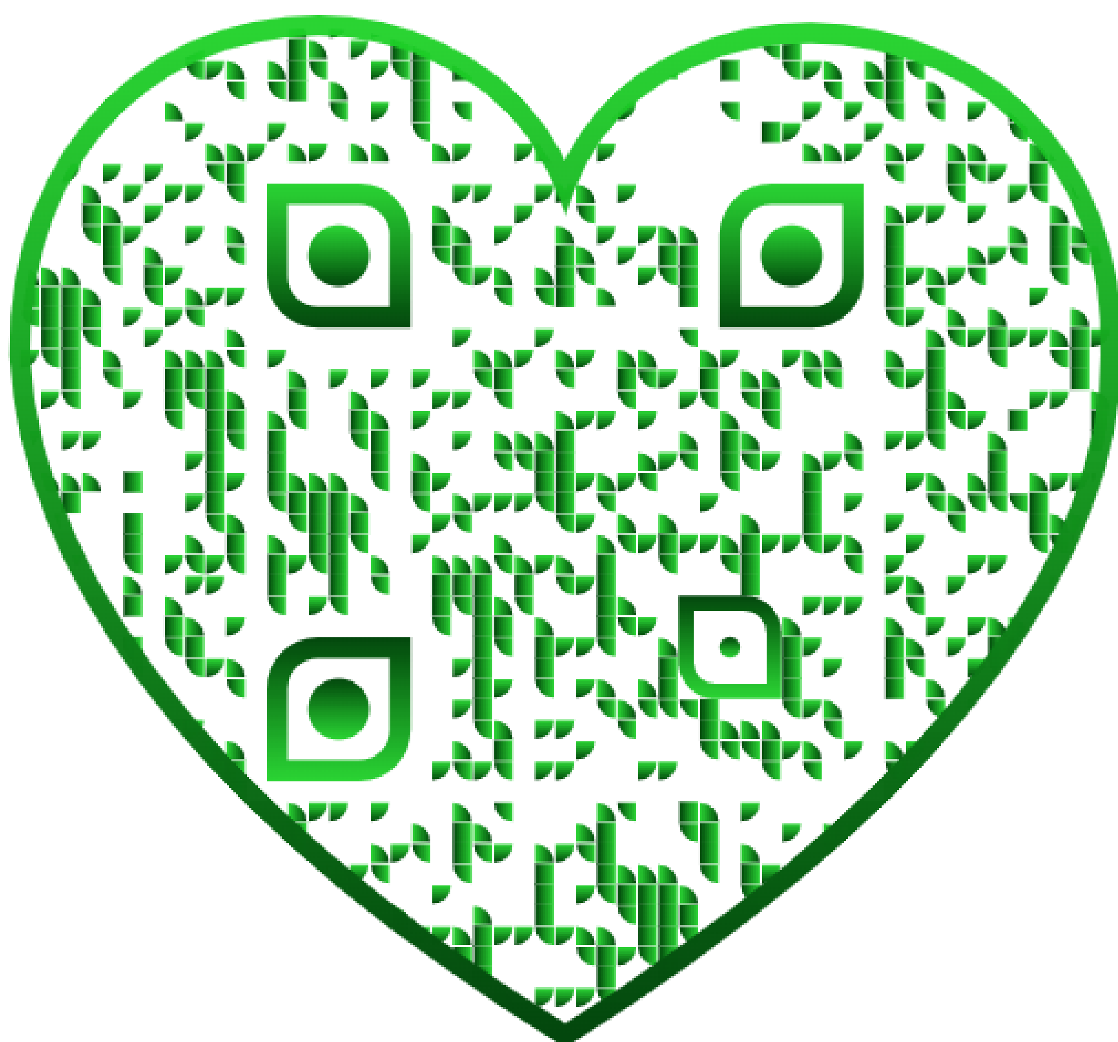
A Propaganda de Guerra



Adolf Hitler

COLEÇÃO
RIDENDO CASTIGAT MORES



Edição especial para distribuição gratuita pela Internet,
através da Virtualbooks, com autorização **Nélson Jahr Garcia**.

Os textos da **COLEÇÃO RIDENDO CASTIGAT MORES** foram gentilmente cedido por Nélson



Jahr Garcia, que nasceu em São Paulo, formado na Faculdade de Direito do Largo São Francisco. Professor da USP, e de outras Faculdades Particulares. Fez mestrado e doutoramento em Ciências da Comunicação na ECA-USP. Escreve livros, artigos. É webdesigner e ebook-publisher. Tem um site fácil de acessar: www.ngarcia.org, filiado à www.ebooksbrasil.com, onde edita vários livros, especialmente clássicos. Espera, como retribuição, sentir que, difundindo conhecimento, contribuiu para o desenvolvimento da cultura humana.

Para corresponder com Nélson Jahr Garcia, escreva: ngarcia@dglnet.com.br

O Autor gostaria de receber um e-mail de você com seus comentários e críticas sobre o livro.

A Virtualbooks gostaria também de receber suas críticas e sugestões. Sua opinião é muito importante para o aprimoramento de nossas edições: **Vbooks02@terra.com.br** Estamos à espera do seu e-mail.

Sobre os Direitos Autorais:
Fazemos o possível para certificarmo-nos de que os materiais presentes no acervo são de domínio público (70 anos após a morte do autor) ou de autoria do titular. Caso contrário, só publicamos material após a obtenção de autorização dos proprietários dos direitos autorais. Se alguém suspeitar que algum material do acervo não obedeça a uma destas duas condições, pedimos: por favor, avise-nos pelo e-mail: vbooks03@terra.com.br para que possamos providenciar a regularização ou a retirada imediata do material do site.



www.virtualbooks.com.br

"Hegel observa em uma de suas obras que todos os fatos e personagens de grande importância na história do mundo ocorrem, por assim dizer, duas vezes. Ele esqueceu -se de acrescentar: a primeira vez como tragédia, a segunda como farsa."
Karl Marx

A PROPAGANDA DA GUERRA

Adolf Hitler



Observador cuidadoso dos acontecimentos políticos, sempre me interessou vivamente a maneira por que se fazia a propaganda da guerra. Eu via nessa propaganda um instrumento manejado, com grande habilidade, justamente pelas organizações sociais comunistas. Compreendi, desde logo, que a aplicação adequada de uma propaganda é uma verdadeira arte, quase que inteiramente desconhecida dos partidos burgueses. Somente o movimento cristão social, sobretudo na época de Lueger, aplicou este instrumento com grande eficiência e a isso se devem muito dos seus triunfos.

A que formidáveis resultados uma propaganda adequada pode conduzir, a guerra já nos tinha mostrado. Infelizmente tudo tinha de ser aprendido com o inimigo, pois a atividade, do nosso lado, nesse sentido, foi mais do que modesta. Justamente o insucesso total do plano de esclarecimento do povo alemão, foi para mim um motivo para me ocupar mais particularmente da questão de propaganda.

Não nos faltava oportunidade para pensar sobre essa questão. Infelizmente as lições práticas eram fornecidas pelo inimigo e custaram-nos caro. O adversário aproveitou, com inaudita habilidade e cálculo verdadeiramente genial, aquilo de que nos havíamos descuidado. Aprendi imensamente nessa propaganda de guerra feita pelo inimigo. Aqueles que da mesma se deviam ter servido, como lição eficiente, deixaram-na passar despercebida; julgavam-se espertos demais para aprender dos outros. Por outro lado, não havia vontade honesta para tal.

Haveria entre nós uma propaganda?

Infelizmente, só posso responder pela negativa. Tudo o que, na realidade, foi tentado nesse sentido era tão inadequado e errôneo, desde o princípio, que em nada adiantava. Às vezes era até prejudicial. Examinando atentamente o resultado da propaganda de guerra alemã, chegava-se à conclusão de que ela era insuficiente na forma e psicologicamente errada, na essência.

Começava-se por não se saber claramente se a propaganda era um meio ou um fim.

Ela é um meio e, como tal, deve ser julgada do ponto de vista da sua finalidade. A forma a tomar deve consentir no meio mais prático de chegar ao fim a que se colima. É também claro que a importância do objetivo que se tem em vista pode se apresentar sob vários aspectos, tendo-se em vista o interesse social, e que, portanto, a propaganda pode variar no seu valor intrínseco. A finalidade pela qual se lutava durante a guerra era a mais elevada e formidável que se pode imaginar. Tratava-se da liberdade e independência de nosso povo, da garantia da vida, do futuro e, em uma palavra, da honra da nação. Estávamos em face de uma questão que, não obstante opiniões divergentes de muitos, ainda existe ou melhor deve existir, pois os povos sem honra costumam perder a liberdade e a independência, mais tarde ou mais cedo. Isso, por sua vez, corresponde a uma justiça mais elevada, pois gerações de vagabundos sem honra não merecem a liberdade. Aquele, porém, que quiser ser escravo covarde não deve ter o sentimento de honra, pois, do contrário, esta cairia muito rapidamente no desprezo geral.

O povo alemão lutava por sua existência e o fim da propaganda da guerra devia ser o de apoiar sua luta. Levá-la à vitória, eis o seu objetivo.

Quando, porém, os povos lutam neste planeta por sua existência quando se trata de uma questão de ser ou não ser, caem por terra todas as considerações de humanidade ou de estética, pois todas essas idéias não estão no ambiente, mas originam-se na fantasia dos homens e a ela estão presas. Com a sua partida deste mundo desaparecem também essas idéias, pois a natureza não as conhece. Mesmo entre os homens, elas só são próprias a alguns povos ou melhor a certas raças, na medida que elas provêm do sentimento desses mesmos povos ou raças.

O sentimento humanitário e estático desapareceria, até mesmo de um mundo habitado, uma vez que este perdesse as raças criadoras e portadoras dessa idéia.

Todas essas idéias têm uma significação secundária na luta de um povo pela sua existência, chegam mesmo a desaparecer, uma vez que possam contrariar o seu instinto de conservação.

Quanto à questão do sentimento de humanidade já Moltke afirmava que ele residia no processo sumário da guerra, e que, portanto, a maneira mais incisiva de combate, é a que conduz a esse fim.

Àqueles que procuram argumentar nesses assuntos com palavras, tais como estética etc., pode-se responder da seguinte maneira : As questões vitais da importância da luta pela vida de um povo anulam todas as considerações de ordem estética. A maior fealdade na vida humana é e será sempre o jugo da escravidão. Será possível que esses decadentes considerem "estética" a sorte atual do povo alemão? É verdade que, com os judeus, que são os inventores modernos dessa cultura perfumada, não se deve discutir sobre esses assuntos. Toda a sua existência é um protesto vivo contra a estética da imagem do Criador.

Se, na luta, esses pontos de humanidade e beleza são excluídos, eles também não poderão servir de orientação para a propaganda.

A propaganda durante a guerra era um meio para um determinado fim, e esse fim era a luta pela existência do povo alemão. Portanto, a propaganda só poderia ser encarada sob o ponto de vista de princípios conducentes àquele objetivo.

As armas mais terríveis seriam humanas, desde que conduzissem à vitória mais rapidamente. Belos seriam somente os métodos que ajudassem a assegurar a dignidade à Nação: a dignidade da liberdade. Essa era a única atitude possível na questão da propaganda da guerra, numa luta de vida e de morte.

Fossem estes pontos conhecidos daqueles que os deviam conhecer, nunca se teriam verificado vacilações quanto à forma e aplicação dessa arma verdadeiramente terrível na mão de um conhecedor.

A segunda questão de importância decisiva era a seguinte: a quem se deve dirigir a propaganda, aos intelectuais ou à massa menos culta? A propaganda sempre terá que se dirigir à massa!

Para os intelectuais, ou para aqueles que, hoje, infelizmente assim se consideram, não se deve tratar de propaganda e sim de instrução científica. A propaganda porém, por si mesma, é tão pouco ciência quanto um cartaz é arte, considerado pelo seu lado de apresentação. A arte de um cartaz consiste na capacidade de seu autor de, por meio das formas e das cores, chamar atenção da massa. O cartaz de uma exposição de arte só tem em vista chamar a atenção sobre a arte da exposição; quanto mais ele consegue esse desideratum tanto maior é a arte do dito cartaz. Além disso, o cartaz deve transmitir à massa uma idéia da importância da exposição, nunca, porém, deverá ser um sucedâneo da arte que se procura oferecer. Assim, quem desejar se ocupar da arte mesma, terá que estudar mais do que o próprio cartaz , e não lhe bastará por exemplo, um simples passeio pela

exposição. Dele se espera que se aprofunde nas várias obras, observando-as com todo cuidado, acabando por fazer delas um juízo justo.

Semelhantes são as condições do que hoje designamos pela palavra propaganda.

O fim da propaganda não é a educação científica de cada um, e sim chamar a atenção da massa sobre determinados fatos, necessidades, etc.. cuja importância só assim cai no círculo visual da massa.

A arte está exclusivamente em fazer isso de uma maneira tão perfeita que provoque a convicção da realidade de um fato, da necessidade de um processo e da justeza de algo necessário, etc. Como ela não é não pode ser uma necessidade em si, como a sua finalidade, assim como no caso do cartaz, é a de despertar s atenção da massa e não ensinar aos cultos ou àqueles que procuram cultivar seu espírito, a sua ação deve ser cada vez mais dirigida para o sentimento e só muito condicionalmente para a chamada razão.

Toda propaganda deve ser popular e estabelecer o seu nível espiritual de acordo com a capacidade de compreensão do mais ignorante dentre aqueles a quem ela pretende se dirigir. Assim, a sua elevação espiritual deverá ser mantida tanto mais baixa quanto maior for a massa humana que ela deverá abranger. Tratando-se, como no caso da propaganda da manutenção de uma guerra, de atrair ao seu círculo de atividade um povo inteiro, deve-se proceder com o máximo cuidado, a fim de evitar concepções intelectuais demasiadamente elevadas.

Quanto mais modesto for o seu lastro científico e quanto mais ela levar em consideração o sentimento da massa, tanto maior será o sucesso. Este, porém, é a melhor prova da justeza ou erro de uma propaganda, e não a satisfação às exigências de alguns sábios ou jovens estetas. A arte da propaganda reside justamente na compreensão da mentalidade e dos sentimentos da grande massa. Ela encontra, por forma por forma psicologicamente certa, o caminho para a atenção e para o coração do povo. Que os nossos sábios não compreendam isso, a causa está na sua preguiça mental ou no seu orgulho. Compreendendo-se, a necessidade da conquista da grande massa, pela propaganda, segue-se daí a seguinte doutrina: É errado querer dar à propaganda a variedade, por exemplo, do ensino científico.

A capacidade de compreensão do povo é muito limitada, mas, em compensação, a capacidade de esquecer é grande. Assim sendo, a propaganda deve-se restringir a poucos pontos. E esses deverão ser valorizados como estribilhos, até que o último indivíduo consiga saber exatamente o que representa esse estribilho. Sacrificando esse princípio em favo da variedade, provoca-se uma atividade dispersiva, pois a multidão não consegue nem digerir nem guardar o assunto tratado. O resultado é uma diminuição da eficiência e consequentemente o esquecimento por parte das massas.

Quanto mais importante for o objetivo a conseguir-se, tanto mais certa, psicologicamente, deve ser a tática a empregar.

Por exemplo, foi u erro fundamental querer tornar o inimigo ridículo, como o fizeram os jornais humorísticos austríacos e alemães.

Este sistema é profundamente errado, pois o soldado, quando caía na realidade, fazia do inimigo uma idéia totalmente diferente, o que, como era de esperar, acarretou graves conseqüências. Sob a impressão imediata da resistência do inimigo, o soldado alemão sentia-se ludibriado por aqueles que o tinham orientado até então e, em vez de um aumento de sua combatividade ou mesmo resistência, dava-se o oposto. O homem desanimava.

Em contraposição, a propaganda de guerra dos americanos e ingleses era psicologicamente acertada. Apresentando ao povo os alemães como bárbaros e Hunos, ela preparava o espírito dos seus soldados para os horrores da guerra, ajudando assim a preservá-los de decepções. A mais terrível arma que fosse empregada contra ele, parecer-lhe-ia mais uma confiança no que lhe tinham dito e aumentaria a crença na veracidade nas afirmações de seu governo como também, por outro lado, servia para crescer o ódio contra o inimigo infame. O cruel efeito da arma do adversário que ele começava a conhecer parecia-lhe aos poucos uma prova da brutalidade do inimigo "bárbaro" de que ele já tinha ouvido falar, sem que, por um segundo tivesse sido levado a pensar que as suas próprias armas fossem, muito provavelmente, de ação mais terrível

Assim é que, sobretudo o soldado inglês nunca se sentiu mal informado pelos seus, o que infelizmente se dava com o soldado alemão. Este chegava a rejeitar as notícias oficiais como falsas, como verdadeiro embuste,

Tudo isso era a conseqüência e se entregar esse serviço de propaganda ao primeiro asno que se encontrava, em vez de compreender que para este serviço é necessário um profundo conhecedor da alma humana.

A propaganda de guerra alemã serviu de exemplo inexcedível em feitos negativos, em virtude da falta absoluta de raciocínio psicologicamente certo.

Muito se poderia ter aprendido do inimigo, sobretudo aquele que, de olhos abertos e com o sentido alerta, observasse a onda da propaganda inimiga durante os quatro anos e meio de guerra.

O que menos se compreendia era a condição primeira de toda atividade propagandista, a saber: a atitude fundamentalmente subjetiva e unilateral que a mesma deve assumir em relação ao objetivo visado. Neste terreno cometeram erros tão grandes, logo no começo da guerra, que se tinha o direito de se duvidar se tanta asneira podia ser atribuída só à pura ignorância.

Que se diria, por exemplo, de um cartaz anunciando um novo sabão e que, no entanto, aponta como "bons" outros sabões? A única coisa a fazer diante disso seria levantar os ombros e passar.

O mesmo se dá em relação à propaganda política.

Foi um erro fundamental, nas discussões sobre a culpabilidade da guerra, admitir que a Alemanha não podia sozinha ser responsabilizada pelo desencadeamento dessa catástrofe. Deveria ter-se incessantemente atribuído a culpa ao adversário,

mesmo que esse fato não tivesse correspondido exatamente à marcha dos acontecimentos, como na realidade era o caso.

Qual, porém, foi a conseqüência dessa indecisão?

A grande massa de um povo não se compõe de diplomatas ou só de professores, oficiais de Direito, mesmo de pessoas capazes de ajudar com acerto, e sim de criaturas propensas à dívida e às incertezas. Quando se verifica, em uma propaganda em causa própria, o menor indício de reconhecer um direito à parte oposta, cria-se imediatamente a dúvida quanto ao direito próprio. A massa não está em condições de distinguir onde acaba a injustiça estranha e onde começa a sua justiça própria. Ela, num caso como esse, torna-se indecisa e desconfiada, sobretudo quando o adversário não comete a mesma tolice, mas, ao contrário, lança toda e qualquer culpa sobre o inimigo. Nada mais natural, pois que, finalmente, o povo acabe acreditando mais na propaganda inimiga do que na própria, dada a uniformidade e coerência desta. Esse efeito é, então, inevitável quando se trata de um povo como o alemão que já por si sofre de tão grande mania de objetivismo, e está sempre preocupado em evitar injustiças ao inimigo, mesmo ante o perigo do seu próprio aniquilamento.

A massa não chega a compreender que não é assim que se imaginam essas coisas nos postos de comando.

O povo, na sua grande maioria, é de índole feminina tão acentuada, que se deixa guiar, no seu modo de pensar e agir, menos pela reflexão que pelo sentimento.

Esses sentimentos, porém, não são complicados mas simples e consistentes. Neles não há grandes diferenciações. São positivos ou negativos: amor ou ódio, justiça ou injustiça, verdade ou mentira. Nunca, porém, o meio termo.

Tudo isso foi compreendido, sobretudo pela propaganda inglesa e por ela aproveitado, de uma maneira verdadeiramente genial. Lá não havia indecisões que pudessem provocar dúvidas.

A prova do conhecimento que tinham os ingleses do primitivismo do sentimento da grande massa foi a divulgação das crueldades do nosso exército, campanha que se adaptava a esse estado de espírito do povo.

Essa tática serviu para assegurar, de maneira absoluta, a resistência no front , mesmo na ocasião das maiores derrotas. Além disso, persistiu-se na afirmação de que o inimigo alemão era o único culpado pelo rompimento de hostilidades. Foi essa mentira repetida e repisada constantemente, propositadamente, com o fito de influir na grande massa do povo, sempre propensa a extremos. O desideratum foi atingido. Todos acreditaram nesse embuste.

O quanto foi eficiente essa maneira de fazer propaganda ficou patenteado claramente no fato de ter ela conseguido, após quatro anos, não só assegurar a resistência ao inimigo como começar a influir nocivamente no modo de ver do nosso próprio povo.

Não é de espantar que a nossa propaganda estivesse reservado um tal insucesso. Ela trazia a semente da ineficácia na sua própria dubiedade. Além disso, era

pouco provável, a julgar pelo seu conteúdo, que ela fosse capaz de causar o efeito necessário no seio da multidão anônima.

Só mesmo os nossos "estadistas" falhos de espírito poderiam imaginar que, com esse pacifismo anódino e cheirando a flor de laranja, se conseguisse despertar o entusiasmo de alguém ao ponto de arrastá-lo ao sacrifício até da vida. Foi pois ,inútil essa miserável tática e até mesmo perniciosa. Qualquer que seja o talento que se revele na direção de uma propaganda não se conseguirá sucesso, se não se levar em consideração sempre e intensamente um postulado fundamental. Ela tem d se contenta com pouco, porém, esse pouco terá de ser repetido constantemente. A persistência nesse caso, é como em muitos outros deste mundo, a primeira e mais importante condição para o êxito.

Em assuntos de propaganda, justamente. é que não se pode ser guiado por estetas nem por "blasés". Os primeiros dão, pela forma e pela expressão um tal cunho à propaganda que, dentro em pouco, ela só tem poder de atração nos círculos literários; os segundos devem ser cuidadosamente evitados, pois a sua falta de sensibilidade faz com que procurem constantemente novos atrativos. Essas criaturas de tudo se fartam com facilidade; o que eles desejam é variedade e são incapazes de uma compreensão das necessidades de seus concidadãos ainda não contaminados pelo seu pessimismo.

Eles são sempre os primeiros críticos da propaganda, ou melhor, de seu conteúdo, o qual lhes parece demasiadamente arcaico, demasiado batido, etc. Só querem novidades, só procuram variedades e tornam-se dessa maneira inimigos

mortais de uma conquista eficiente das massas sob o ponto de vista político. Logo que uma propaganda, na sua organização e no seu conteúdo, começa a se dirigir pelas necessidades deles, perde toda a unidade e se dispersa inteiramente.

A propaganda, entretanto, não foi criada para fornecer a esses senhores blasés uma distração interessante e sim para convencer a massa. Esta, porém, necessita - sendo como é de difícil compreensão- de um determinado período de tempo, antes mesmo de estar disposta a tomar conhecimento de um fato, e , somente depois de repetidos milhares de vezes os mais simples conceitos. é que a sua memória entrará em funcionamento.

Qualquer digressão que se faça não deve nunca mudar o sentido do fim visado pela propaganda, que deve acabar sempre afirmando mesma coisa. O estribilho pode assim ser iluminado por vários lados, porém o fim de todos os raciocínios deve sempre visar o mesmo estribilho. Só assim a propaganda poderá agir de uma maneira uniforme e decisiva.

Só a linha mestra, que nunca deve ser abandonada, é capaz de, guardando a acentuação uniforme e coerente, fazer amadurecer o sucesso final. Só então poder-se-á, com espanto, constatar que formidáveis e quase incompreensíveis resultados tal persistência é capaz de produzir.

Todo anúncio, seja ele feito no terreno dos negócios ou da política, tem o seu sucesso assegurado na constância e continuidade de sua aplicação.

Também aqui foi modelar o exemplo da propaganda de guerra inimiga, restrita a poucos pontos de vista, exclusivamente destinada à massa e levada avante com tenacidade incansável.

Durante toda a guerra empregaram-se os princípios fundamentais reconhecidos certos, assim como as formas de execução, sem que se tivesse nunca tentado a menor modificação. No princípio essa tática parecia louca no atrevimento de suas afirmações. Tornou-se mais tarde desagradável, e finalmente acreditada. Quatro e mio anos após, estalou na Alemanha uma revolução cujo "leit-motiv" provinha da propaganda de guerra inimiga.

Na Inglaterra, entretanto, compreendeu-se mais uma coisa, a saber: Essa arma espiritual só tem o seu sucesso garantido na aplicação às massas e esse sucesso cobre regiamente todas as despesas...

Lá, a propaganda valia como arma de primeira ordem, enquanto que entre nós era considerada o último ganha-pão dos políticos desocupados, e fornecia pequenas ocupações para heróis modestos.

O seu sucesso era, pois, de modo geral, igual a zero.